

**ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
MAKANAN RINGAN STIK KULIT KEBAB (STIKBAB) DI
KOTA BOGOR**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI SALAH
SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN**

OLEH:

RIMA RACHMAWATI

NPM S1-0217 232



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

2021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
MAKANAN RINGAN STIK KULIT KEBAB (STIKBAB) DI
KOTA BOGOR

OLEH : RIMA RACHMAWATI

NPM : S1-0217 232

PEMBIMBING I

(Wartoyo Hadi, S.E., M.M.)

PEMBIMBING II

(M. Wartaka, S.Kom., M.M.)

PENGUJI I

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

PENGUJI II

(Wartoyo Hadi, S.E., M.M.)

Bogor,

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M.)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT bahwa pada akhirnya skripsi dengan judul **“ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MAKANAN RINGAN STIK KULIT KEBAB (STIKBAB) DI KOTA BOGOR”** ini telah peneliti selesaikan sesuai dengan rencana yang telah kami tentukan sebelumnya.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Skripsi ini tersusun atas bantuan dan bimbingan berbagai pihak, karenanya perkenankanlah peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Wartoyo Hadi, S.E., M.M., selaku pembimbing I dan M. Wartaka, S.Kom., M.M., selaku pembimbing II.

4. Kedua orangtua saya Bapak Enday Suhendar dan Ibunda Maryati yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan motivasi yang sungguh tidak ternilai dan tidak terbalaskan.
5. Para dosen Universitas Binaniaga Indonesia yang jasanya cukup besar dalam membimbing peneliti selama studi di Universitas Binaniaga Indonesia.
6. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu dan mendorong kami dalam penyelesaian proposal.
7. Saudara-saudara saya Rika Gustari, Erina Apsari, Herry Chaerul Huda, Maya Gusdiningsih yang membantu dan memotivasi selama menyelesaikan proposal ini.
8. Sahabat tercinta saya yaitu Mela Sri, Leli Lutpiyah, Pradita Nur Arifah, Sisca Nuraini, Siti Nurfariza, Mella Deshtari, Ismi Nur Arifah, dan Rossy Meylani.
9. Komunitas Cemerlang UMKM Kota Bogor dan semua Reseller dan Kemitraan STIKBAB yang telah banyak membantu memberikan motivasi dan masukannya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kami maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, September 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	13
G. Sistematika Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Pengertian Manajemen Pemasaran	16
B. Sikap dan Perilaku Konsumen	36
C. Multiatribut Fishbein.....	50
D. Keputusan Pembelian.....	56
E. Preferensi Konsumen	63

F. Penelitian Terdahulu	67
G. Kerangka Pemikiran Teoritis	75
BAB III METODE PENELITIAN	77
A. Metode Penelitian.....	77
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	77
C. Populasi dan Sampel	78
D. Metode Pengumpulan Data	80
E. Instrumen Penelitian.....	81
F. Atribut Penelitian Sikap dan Perilaku Konsumen.....	81
G. Metode Analisis Data	82
BAB IV PEMBAHASAN	94
A. Gambara Umum Perusahaan.....	94
B. Karakteristik Responden	96
C. Analisis Data	103
D. Implikasi Strategi Pemasaran	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	125

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Harga produk STIKBAB	8
Tabel 2 Toko Kemitraan STIKBAB	9
Tabel 3 Penelitian Terdahulu	67
Tabel 4 Tingkat Interpretasi	86
Tabel 5 Kecamatan Menurut Usia Responden pembelian Makanan Ringan STIKBAB di Kota Bogor	99
Tabel 6 Jenis Pekerjaan Menurut Tingkat Pendidikan Responden Pembelian Makanan Ringan STIKBAB di Kota Bogor	100
Tabel 7 Jenis Pekerjaan Responden Menurut Penghasilan Responden Pembelian Makanan Ringan STIKBAB di Kota Bogor	101
Tabel 8 Usia Responden Menurut Jenis Kelamin Responden Pembelian Makanan Ringan STIKBAB di Kota Bogor	102
Tabel 9 Perbandingan Skor Sikap Pembelian Makanan Ringan STIKBAB di Kota Bogor.....	104
Tabel 10 Tingkat Interpretasi Realibilitas	105
Tabel 11 Rentang Skala Penelitian	106
Tabel 12 Evaluasi Kepentingan Atribut Makanan Ringan	107
Tabel 13 Sikap Responden terhadap Atribut STIKBAB di Kota Bogor	108
Tabel 14 Norma Subjektif Responden terhadap Produk STIKBAB di Kota Bogor	110

Tabel 15 Perhitungan Bobot Sikap Internal dan Eksternal Makanan Ringan STIKBAB di Kota Bogor.....	111
Tabel 16 Perhitungan Perilaku Pembelian Makanan Ringan STIKBAB di Kota Bogor	111
Tabel 17 Kriteria Atribut Penelitian.....	113
Tabel 18 Rank dan Atribut Pada Strategi Produk	114
Tabel 19 Rank dan Atribut Pada Strategi Promosi	118
Tabel 20 Rank dan Atribut Pada Strategi Tempat	116
Tabel 21 Rank dan Atribut Pada Strategi Harga.....	117

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Jumlah UMKM di Kota Bogor Tahun 2020.....	2
Gambar 2 Perkembangan Penjualan STIKBAB	6
Gambar 3 Model Perilaku Konsumen Kotler dan Amstrong	44
Gambar 4 Teori Tindakan Beralasan	55
Gambar 5 Kerangka Pemikiran Teoritis	76
Gambar 6 Logo STIKBAB	96
Gambar 7 Persentase Karakteristik Responden	97
Gambar 8 Output SPSS STIKBAB dan Merek Lain	104
Gambar 9 Uji Realibilitas <i>Cronbach Alpa</i>	105
Gambar 10 <i>Semantic Differential Analysis</i> Makanan Ringan STIKBAB	112

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	126
Lampiran 2 Brosur STIKBAB	133
Lampiran 3 Data Penjualan STIKBAB.....	134
Lampiran 4 Data Validitas dan Realibilitas	135
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	137
Lampiran 6 Hasil Uji Realibilitas	138
Lampiran 7 Data Tabulasi kuisioner 98 responden.....	139
Lampiran 8 Hasil Karakteristik Responden	151